



# Ondernemingsplan

Een leuke en andere manier van hergebruiken

## Inhoud

|  |    |
|--|----|
| Doel van dit plan .....                  | 2  |
| 1. Stichting Ruilwinkel Oss .....        | 3  |
| 1.1 Bedrijfsidee .....                   | 3  |
| 1.2 Bedrijfsdoelstellingen .....         | 3  |
| 1.3 Bedrijfsgegevens .....               | 3  |
| 1.4 Rechtsvorm .....                     | 3  |
| 1.5 De organisatie .....                 | 3  |
| 1.5.1 Algemene voorwaarden .....         | 5  |
| 1.6 Leden .....                          | 5  |
| 2. Doelgroep(en) en markt .....          | 7  |
| 2.1 Doelgroepen .....                    | 7  |
| 2.2 Bedrijfstakanalyse .....             | 7  |
| 2.3 Trends en ontwikkelingen .....       | 7  |
| 2.3.1 Demografische factoren .....       | 7  |
| 2.3.2 Economische factoren .....         | 7  |
| 2.3.3 Sociaal/culturele factoren .....   | 8  |
| 2.3.4 Technologische factoren .....      | 8  |
| 2.3.5 Ecologische factoren .....         | 8  |
| 2.3.6 Politiek-juridische factoren ..... | 8  |
| 3. Strategievorming .....                | 9  |
| 3.1 SWOT analyse .....                   | 9  |
| 3.2 Confrontatiematrix .....             | 10 |
| 4. Strategie .....                       | 11 |
| 4.1 Identiteit .....                     | 11 |
| 4.2 Kerncompetenties .....               | 11 |
| 5. Marketingmix .....                    | 12 |
| 5.1 Product .....                        | 12 |
| 5.2 Prijs .....                          | 12 |
| 5.3 Plaats .....                         | 12 |
| 5.4 Promotie .....                       | 12 |
| Bijlagen .....                           | 13 |
| 1. Algemene voorwaarden .....            | 13 |

## Doel van dit plan

Van ruilen komt huilen. Dit spreekwoord is helemaal ingeburgerd in de Nederlandse samenleving.

Maar wel compleet achterhaald gezien onze ervaringen in de Ruilwinkel Oss.

Het bestuur en de vrijwilligers van de Ruilwinkel Oss hebben de afgelopen 3 jaren gehoord, gezien en gevoeld dat ruilen een prachtig middel is om mensen bij elkaar te brengen, armoede te bestrijden en een duurzame bijdrage te leveren aan onze samenleving.

In onze kleinschalige winkel, 60 m<sup>2</sup>, wisten wij bijna 1000 Ossenaren aan de Ruilwinkel te verbinden. De afgelopen 3 jaar is dit ledenaantal constant gegroeid. Daarom vindt het bestuur dat de Ruilwinkel toe is aan een volgende stap in de ontwikkeling. Door een pand van 200 m<sup>2</sup> te huren tegen een zeer schappelijke prijs kunnen wij die volgende stap maken. Hierdoor kunnen wij ons aanbod aanzienlijk uitbreiden. Dat zal o.a. gebeuren met kleding, kleinschalige meubels en diensten.

De uitdaging de komende 2 jaar zal zijn: Hoe kan de Ruilwinkel financieel onafhankelijk worden? Dus hoe maken we van een Ruilwinkel zonder verdienmodel een bedrijf dat op eigen benen kan staan, zonder daarbij de visie en missie te vergeten.

# 1. Stichting Ruilwinkel Oss

## 1.1 Bedrijfsidee

De Ruilwinkel faciliteert en begeleid kwetsbare en krachtige burgers in Oss om in de geboden accommodatie, goederen en diensten uit te ruilen in de breedste zin. Dit gebeurt op basis van wederkerigheid en duurzaamheid. Dit wordt ingevuld door:

1. Uitrusten van goederen en diensten
2. Duurzaamheid
3. Participatie en ontmoetingsplaats (als bezoeker of vrijwilliger)

De Ruilwinkel Oss is een laagdrempelig centrum dat bruist van activiteiten die gericht zijn op participatie en eigen kracht. Je hebt geen creditcard nodig, maar je kunt betalen met wie je bent, wat je kunt en wat je hebt. Je kunt een vraag neerleggen zonder je afhankelijk te voelen.

## 1.2 Bedrijfsdoelstellingen

### **Missie:**

De Ruilwinkel Oss streeft ernaar een bijdrage te leveren aan het bevorderen van een duurzame, sociale maatschappij en de bestrijding van armoede.

### **Visie:**

De visie van de Ruilwinkel is een actieve bijdrage te leveren aan de bestrijding van armoede en zich in te zetten voor een duurzame samenleving door het uitrusten van goederen en diensten. De Ruilwinkel heeft tevens een sociale rol door de inzet en begeleiding van (soms kwetsbare) vrijwilligers evenals door het bieden van een luisterend oor en een vroegsignalering- en doorverwijzing functie voor de bezoekers.

## 1.3 Bedrijfsgegevens

Stichting Ruilwinkel Oss

Berghemseweg 8B

5348CJ Oss

06 44524496

06 39669653

Kamer van Koophandel te Den Bosch onder nummer 61505404.

Rabobank NL 63 RABO 0191 9428 12

### Openingstijden

|           |                                |
|-----------|--------------------------------|
| Dinsdag   | 09.30 – 11.30<br>13.30 – 15.30 |
| Woensdag  | 13.30 – 15.30                  |
| Donderdag | 13.30 – 15.30                  |
| Vrijdag   | 13.30 – 15.30                  |
| Zaterdag  | 13.30 – 15.30                  |

## 1.4 Rechtsvorm

De Ruilwinkel Oss is sinds 22 september 2014 een Stichting.

## 1.5 De organisatie

De Ruilwinkel is opgericht door een initiatiefgroep van diverse organisaties en een aantal vrijwilligers onder coördinatie van Stichting Vivaan. Momenteel gevestigd in het Talentcentrum van 'Ons Welzijn' (voorheen Vivaan).

De organisatie is schematisch weergegeven in het volgende organogram.

## BESTUUR

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Voorzitter:              | Liesbeth Kersten<br>secretariaatswerk;<br>coördineren<br>vrijwilligers;<br>algemene<br>bestuurszaken |
| Penningmeester:          | Diny van Leest<br>Penningmeester<br>Coördineren<br>vrijwilligers;<br>Algemene<br>bestuurszaken       |
| Aspirant penningmeester: | Henk Huismans<br>Boekhouder van de<br>ruilwinkel   |
| Secretaris:              | Berry Hermsen<br>Beleidszaken<br>Verdienmodellen<br>Marketing  |
| Algemeen bestuurslid:    | Dieuwertje Huismans<br>Beleidszaken<br>Verdienmodellen<br>Marketing                                  |
| Algemeen bestuurslid:    | Miriam Strik<br>..   |

## RAAD VAN ADVIES

Drs. Mari Peters, voorzitter Prota / Met Elkaar

Drs. Michele Covers, accountant bij de  
belastingdienst

Drs. Alex van der Heijden, Kwartiermaker bij Ons  
Welzijn,  
mede oprichter en begeleider van de Ruilwinkel

Maria Dobbelsteen, Stadspas Oss, mede organisator  
evenementen in Oss, lid van de Raad van Toezicht  
van een zorginstelling

## VRIJWILLIGERS

Bij de Ruilwinkel werken circa 20  
vrijwilligers.  
Het team van vrijwilligers heeft diverse  
achtergronden of motivaties:  
Maatschappelijke betrokkenheid  
Werkeloosheid, deeltijd werken of met  
pensioen  
Verbetering van de Nederlandse taal  
Met of zonder beperking  
dagbesteding/contacten en relaties  
opdoen  
De gemene deler is het bestrijden van  
armoede of het duurzaamheidsprincipe.

### 1.5.1 Algemene voorwaarden

De algemene voorwaarden geven bepaling rondom:

- Deelname
- Inleveren goederen
- Administratie
- Dienstenruil
- Overige

En zijn opgenomen in bijlage 1.

### 1.6 Leden

Er is een huidig klantenbestand (op 25-2-2017) van 916 geregistreerde leden. De overgrote meerderheid van de leden komt uit Oss, maar de reikwijdte van het ledenbestand is zeer breed.

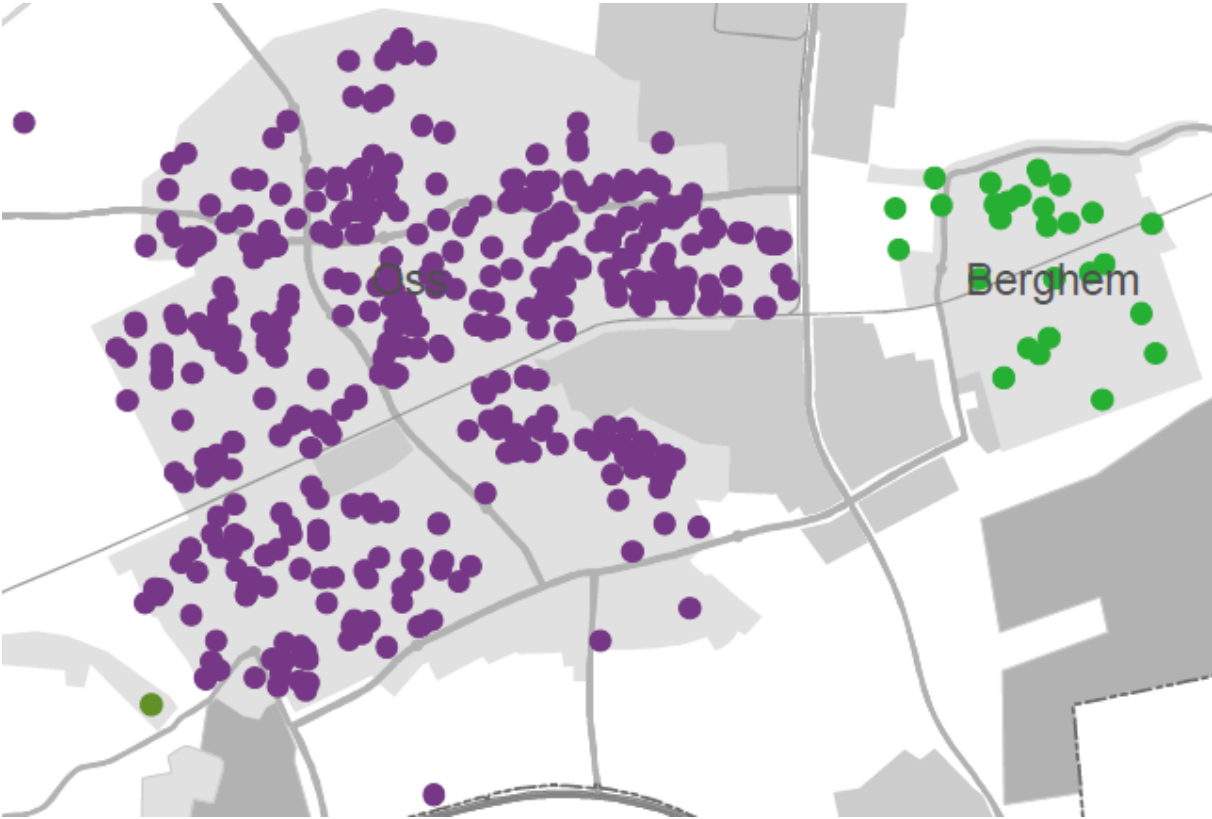
Zie hier de ledenspreiding van stichting Ruilwinkel Oss.



Close up van de directe omgeving



Close up van spreidingsgraad ledenbestand in Oss



## 2. Doelgroep(en) en markt

### 2.1 Doelgroepen

De Ruilwinkel Oss richt zich op bewoners uit de gemeente Oss.

Binnen de 3 pijlers van de Ruilwinkel

- Armoede bestrijding
- Duurzaamheid
- Maatschappelijke participatie

Doelgroep van de Ruilwinkel zijn niet alleen de armlastige burgers maar ook diegene die door opruiming van kasten, kelder en of schuren hun artikelen willen doneren daarbij het principe van duurzaamheid en hergebruik willen stimuleren. Ook deskundigen en mensen met talenten willen we bereiken.

### 2.2 Bedrijfstakanalyse

Mogelijke concurrenten van de Ruilwinkel zijn:

- Kringlopen
- Pandjeshuizen
- Rommelmarkten
- Facebook groepen

Op het gebied van het inleveren van goederen is de kringloopwinkel de belangrijkste concurrent. De kringloopwinkel neemt alles aan. De Ruilwinkel neemt alleen spullen aan die schoon, heel en compleet zijn en passen binnen het gevraagde assortiment.

Tevens zijn er een aantal facebook groepen in Oss en omstreken die spullen gratis of te ruil aanbieden. Ook rommelmarkten zoals de Car Boot Sale bij de Geffense plas kunnen als concurrent gezien worden.

Voor wat betreft een fysieke Ruilwinkel die voor iedereen toegankelijk is, en een sterk sociale functie heeft is er in de verre omgeving van Oss geen Ruilwinkel.

### 2.3 Trends en ontwikkelingen

De Ruilwinkel kan inspelen op relevante trends en ontwikkelingen binnen de markt waarin de Ruilwinkel zich begeeft. Deze trends en ontwikkelingen brengen we in kaart met het DESTEP-J model.

#### 2.3.1 Demografische factoren

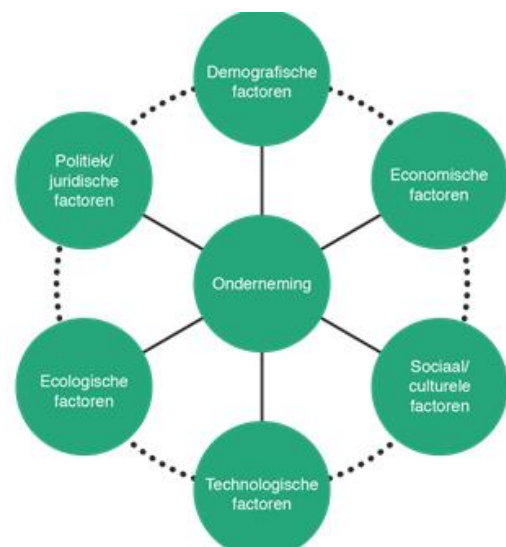
Groei van aantal eenpersoonshuishoudens, tegenwoordig bestaat ruim een derde van de huishoudens. Hierdoor is er een grote groep mensen die middelen nodig hebben in om het huishouden draaiende te houden. Veel van deze gebruiksgoederen zijn ruilbaar in de Ruilwinkel.

Migratie en opname van vluchtelingen die middelen zoeken voor inrichtingen van de leefomgeving.

Toenemende demografische druk (niet productieve leeftijdsgroepen tegenover productieve leeftijdsgroepen) in heel Nederland zorgt dat inkomens onder druk komen te staan. Met gevolgen als afname van koopkracht en toename van armoede.

#### 2.3.2 Economische factoren

Stijging van mensen in Nederland die onder de armoedegrens leven.





Oss heeft in 2016 een werkeloosheid percentage van 5,7 %, dit is een daling in de werkeloosheid percentages van voorgaande jaren. Echter de potentiële groep die te maken heeft met geldproblemen/armoede en daardoor gebruik willen maken van de diensten van de Ruilwinkel is gegroeid.

Aanbieding moeheid en overspoeling van goederen in stuntwinkels. Voornamelijk in de retail worden de consumenten overspoeld met kortingen. Maar uit diverse onderzoeken blijkt dat de consument hier eigenlijk helemaal niet op zit te wachten. Ruilen met een gesloten beurs is dan aantrekkelijker.

### 2.3.3 Sociaal/culturele factoren

Eenzaamheid is een subjectief begrip, maar stijgt al sinds enkele jaren in Nederland. Over het algemeen komt eenzaamheid het vaakst voor onder ouderen, laagopgeleiden, niet-westerse allochtonen en niet-werkenden.

We willen in Nederland een participatie samenleving creëren, waar iedereen kan en mag meedoen. De Ruilwinkel biedt hier een concreet concept aan voor vrijwilligers.

Voor deelnemers is en voelt fysiek ruilen in de Ruilwinkel veiliger dan anoniem ruilen via online platforms.

Consumenten worden steeds selectiever en stellen steeds meer eisen aan de wijze waarop met hun gecommuniceerd zal worden. Het creëren van affectie voor een bedrijf zal in de toekomst steeds belangrijker worden, een goede fan-base creëren is essentieel.

### 2.3.4 Technologische factoren

Handel vindt steeds meer online plaats, waardoor de prijs een steeds belangrijk item wordt. Bij de Ruilwinkel kan je ruilen met een gesloten beurs, waardoor het concept nóg aantrekkelijker is dan goedkoop rondkijken op het internet.

Marketing vindt steeds meer online plaats, dus naast het hebben van een fysieke etalage wordt deze ook online steeds belangrijker.

### 2.3.5 Ecologische factoren

Duurzaamheid wordt een steeds belangrijkere trend. Steeds meer organisaties schuiven in de richting van duurzaamheid, de Ruilwinkel speelt hier op in d.m.v. hergebruik van goederen.

### 2.3.6 Politiek-juridische factoren

Gemeentes streven naar stichtingen en organisaties die verantwoordelijkheid voor eigen belang nemen en inzetten op zelfredzaamheid.

De Ruilwinkel streeft sociale doelstellingen na die voor gemeente Oss van belang zijn.

### 3. Strategievorming

In dit hoofdstuk proberen we een strategie te vormen waarmee de Ruilwinkel zich in de toekomst verder kan ontwikkelen. Dit gebeurt middels de SWOT analyse en confrontatiematrix.

#### 3.1 SWOT analyse

Een SWOT analyse brengt sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de Ruilwinkel in beeld. Sterktes en zwaktes komen vanuit de interne analyse van de Ruilwinkel, kansen en bedreigingen komen van de externe omgeving waarin de Ruilwinkel zich bevindt.

##### **Sterkten**

- S1. Grote groep betrokken vrijwilligers vertegenwoordigen verschillende disciplines.
- S2. Goed bezochte winkel en twee jaarlijkse verkoopmarkten.
- S3. In de verre omgeving geen andere Ruilwinkel.
- S4. De Ruilwinkel op zichzelf blijkt al een succesvolle formule in Oss met veel deelnemers/bezoekers.
- S5. Website met een professionele uitstraling.
- S6. Actieve facebook pagina met regelmatige updates vanuit de Ruilwinkel.

##### **Zwakten**

- Z1. Het concept ruilen genereert geen inkomsten.
- Z2. Te kleine ruimte met onvoldoende mogelijkheden voor uitbreiding met kansrijk assortiment (kleding en kleine meubelen).
- Z3. Voortbestaan van locatie in talentencentrum niet gegarandeerd voor verdere toekomst.
- Z4. Huidige locatie geeft weinig zichtbaarheid.
- Z5. Geen vergunning en bemensing om betaalde dagbesteding aan te bieden.
- Z6. Ontbreken ANBI status (noodzakelijk voor fiscaal aftrekbaar zijn van giften en sponsoring Google ad-words)
- Z7. Onvoldoende gebruik van de mogelijkheden van internet/Google en Facebook om beter gevonden te worden en een grotere fan-base op te bouwen
- Z8. Mogelijkheden voor donaties en cadeaubonnen onvoldoende benut

##### **Kansen**

- K1. Aanbod nieuwe locatie in zelfde straat van 200M3 tegen een aantrekkelijk tarief van een partner die de Ruilwinkel een warm hart toedraagt. Met eventueel ingebouwd verdienmodel.
- K2. Mogelijkheid tot overname stadspas Oss en mogelijkheid tot uitbreiding en ontwikkeling van stadspas.
- K3. Opzet kledingbibliotheek
- K4. Interesse van meerdere stichtingen/werkgroepen voor onderverhuur Ruilwinkel in nieuwe locatie.
- K5. Met een goed uitgewerkt business model (digitalisering stadspas Oss, combinatie met kledingbibliotheek en invulling arbeidsplaatsen) mogelijkheid van subsidie 'de kracht van Oss'
- K6. ANBI status geeft kansen voor aantrekken giften die dan fiscaal aftrekbaar zijn en bv gebruik van gratis Google advertentiebudget
- K7. Aanwezigheid veel welzijns/hulp organisaties in Oss waar samenwerking mee gezocht kan worden.
- K8. Samenwerking met collega Ruilwinkels op het gebied van uitwisseling ervaringen en het gezamenlijk nadenken over relevante zaken

##### **Bedreigingen**

- B1. Lastig om bij de gemeente subsidie te krijgen omdat de gemeente op het gebied van armoede bestrijding meer bundeling van organisaties wil.
- B2. Subsidie KANSfonds vereist financiële zelfredzaamheid in de toekomst.

### 3.2 Confrontatiematrix

Om de SWOT analyse verder uit te breiden wordt er gebruik gemaakt van een confrontatiematrix. Een confrontatiematrix zit als volgt in elkaar en geeft weer welke strategische opties de Ruilwinkel zou kunnen volgen.

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p><b>STERKTES</b><br/> S1. Grote groep vrijwilligers<br/> S2. Goed bezochte winkel en verkoopmarkt<br/> S3. Weinig tot geen concurrentie</p>   | <p><b>ZWAKTES</b><br/> Z1. Locatie:<br/> - Te klein<br/> - Niet gegarandeerd voor toekomst<br/> - Slechte zichtbaarheid<br/> Z2. Ontbreken ANBI status<br/> Z3. Te weinig marketing gebruik</p>   |
| <p><b>KANSEN</b><br/> K1. Nieuwe locatie<br/> K2. Aanbod verdienmodellen<br/> K3. Interesse tot samenwerking</p>                                     | <p><b>Groei strategieën</b><br/> Met een succesvolle Ruilwinkel formule, grote groep vrijwilligers en gunstige concurrentiepositie de Ruilwinkel op een nieuwe locatie verder ontwikkelen gefinancierd door verdienmodellen die door de groep vrijwilligers als taak meegenomen kan worden. De Ruilwinkel profileren als interessante samenwerkingspartner.</p> | <p><b>Verbeter strategieën</b><br/> De Ruilwinkel behouden in zijn huidige locatie en niet in omvang groeien. Wel inzetten op samenwerking, maar een eventuele verhuizing van locatie af laten hangen van aanbod samenwerkingspartners.</p>   |
| <p><b>BEDREIGINGEN</b><br/> B1. Voorkeur gemeente voor subsidiëring samenwerkingsverbanden<br/> B2. KANSfonds vereist financiële zelfredzaamheid</p> | <p><b>Verdedig strategieën</b><br/> Met een succesvolle Ruilwinkel formule aansluiten bij een overkoepelende organisatie die de stichting wil adopteren, zodat een KANSfonds subsidie uitblijft, maar de gemeente wel interessante partner voor subsidiëring wordt. Hiermee creëer je wel financiële afhankelijkheid van externe partijen.</p>                  | <p><b>Terugtrek strategieën</b><br/> De Ruilwinkel behouden in zijn huidige vorm en hopen dat de huidige financiële middelen genoeg zijn om in de toekomst draaiende te blijven. Bij eventuele stopzetting van subsidie van gemeente zal de Ruilwinkel afhankelijk zijn van andere geldstromen en hoogstwaarschijnlijk ophouden te bestaan.</p> |

## 4. Strategie

Uiteraard heeft de groeistrategie de voorkeur en van deze strategie zal uitgegaan worden in het financiële plan.

### 4.1 Identiteit

Stichting Ruilwinkel Oss zal dus een economisch belang krijgen om de Ruilwinkel financieel te kunnen blijven exploiteren. Hierdoor zal de Ruilwinkel zich moeten neerzetten als een merk. Om dit merk: Ruilwinkel Oss goed te positioneren op de markt worden hier de kenmerkende eigenschappen van de Ruilwinkel verduidelijkt. Hieruit ontstaat een heldere identiteit waarmee de Ruilwinkel zichzelf kan profileren.

### 4.2 Kerncompetenties

De specifieke krachten van de Ruilwinkel beknopt omschreven.

De Ruilwinkel zet zich in voor:

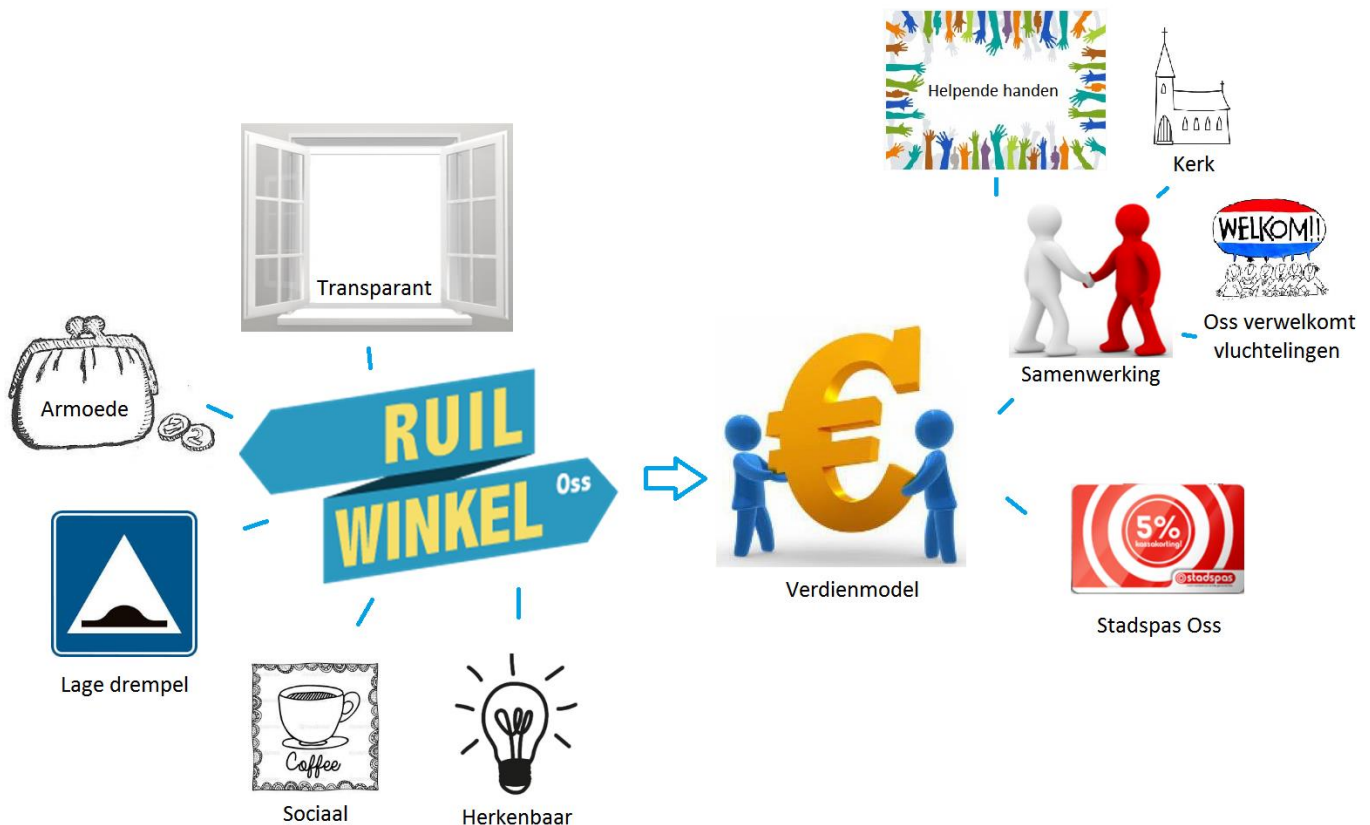
- Armoedebestrijding
- Sociale ontmoeting
- Duurzaamheid

De Ruilwinkel straalt uit:

- Laagdrempelig te zijn
- Sociaal gebeuren te zijn
- Herkenbaar een eenvoudige en eenduidige formule
- Transparantie wat je ziet is alles wat er is

De kracht van stichting Ruilwinkel Oss ligt bij:

- Het ruilen van producten met een gesloten beurs
- Het bieden van een ontmoetingsplek waar vroegsignalering plaatsvindt
- Participatie voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt
- Duurzaam hergebruik van goederen



## 5. Marketingmix

De marketingmix is een combinatie van instrumenten die stichting Ruilwinkel Oss kan inzetten om hun nieuwe strategie uit te voeren. Hij bestaat uit 4 onderwerpen: Product, prijs, plaats en promotie.

### 5.1 Product

De Ruilwinkel Oss biedt het volgende:

1. Het ruilen van spullen en diensten tegen ruilpunten (CrOssjes)  
Het assortiment bestaat m.n. uit kleine gebruiksgoederen en speelgoed.  
Het uitruilen van diensten gebeurt d.m.v. digitale Sam Sam burenhulpcentrale en aansluiting binnen het Talentcentrum "Ut werkt wir".
2. Activiteiten in het kader van duurzaamheid en ruilen
3. De koffietafel: ruimte voor onderling contact en sociale ontmoeting
4. Maatschappelijke participatie van kansarme groepen als vrijwilliger
5. Vroegsignaleringsfunctie voor armoede, eenzaamheid of andere signalen en doorverwijsfunctie

### 5.2 Prijs

De Ruilwinkel werkt niet met geld maar met ruilpunten (CrOssjes). Een CrOssje is ongeveer € 0,50. De meeste artikelen kosten tussen de 1 en 3 CrOssjes. Deelnemers ontvangen bij inschrijven direct 5 CrOssjes. Het aantal CrOssjes wordt op deelnemersniveau geautomatiseerd bijgehouden, inzage is mogelijk ter plaatse in de Ruilwinkel.  
Het is mogelijk om financieel donateur te worden.

### 5.3 Plaats

De Ruilwinkel is gevestigd in het Talentencentrum van "Ons Welzijn". Deze locatie heeft als voordeel dat deze gratis is en veel natuurlijke aanloop heeft. Groot nadeel is dat er te weinig ruimte is, waardoor gewenste artikelen als bv kleding en meubelen niet aangeboden kunnen worden en de ruimte te onrustig is voor sommige kwetsbare vrijwilligers.  
Er is behoefte aan een grotere ruimte. Bovendien is het gebruik van de huidige ruimte voor de toekomst niet gegarandeerd.

### 5.4 Promotie

|                         |   |
|-------------------------|---|
| PR                      | De Ruilwinkel heeft regelmatig media-artikelen in de lokale media zoals krant en lokale tv  |
| Folders                 | Bij inschrijving ontvangt de deelnemer een informatieve brochure en sleutelhanger met inschrijfnummer   |
| Flyers                  | Bij inschrijving ontvangt de deelnemer een flyer  |
| Website:                | De website is door een vrijwilliger gebouwd en wordt up-to-date gehouden met relevant nieuws over de Ruilwinkel met directe link naar Facebook-post.<br>De Ruilwinkel heeft momenteel geen focus op online search of seo strategieën. |
| Facebook:               | De Facebookpagina heeft als doelstelling te informeren en wordt regelmatig gevuld en up-to-date gehouden met posts met nieuws over de Ruilwinkel. Er worden geen campagnes gevoerd op Facebook. De Ruilwinkel heeft ca 440 volgers.   |
| Training vrijwilligers: | Training om de doelstelling en werkwijze van de Ruilwinkel goed voor het licht te brengen   |
| Nieuwsbrief:            | doel is informatieverstrekking aan deelnemers en belangstellenden   |

## Bijlagen

### 1. Algemene voorwaarden

#### Deelname

Iedereen vanaf 18 jaar kan deelnemer worden. U vult een inschrijvingsformulier in aan de balie van de Ruilwinkel en ondertekent dat. Hierop wordt uw inschrijfnummer vermeld.

- U ontvangt een deelnemersbewijs in de vorm van een sleutelhanger, met daarop uw nummer.
- Bij verlies van uw sleutelhanger geeft u dat meteen door aan de Ruilwinkel. Voor het **aanmaken van een nieuwe worden 5 CrOssjes (of €2,50) in rekening gebracht.**
- Met het ondertekenen van het inschrijfformulier accepteert u alle voor de Ruilwinkel Oss geldende regels. Tevens gaat u akkoord met het registreren van alle informatie die nodig is om het systeem te laten functioneren. **Persoonlijke gegevens worden niet aan derden verstrekt!** Zie ook [overige voorwaarden](#).

Reden voor uitsluiting/beëindiging van het deelname van Ruilwinkel Oss zijn:

- Wanneer een deelnemer zich niet houdt aan de afspraken en regels van Ruilwinkel Oss of zich op enige wijze niet correct gedraagt;
- Het aanbieden van gestolen goederen; bij twijfel wordt er aangifte gedaan bij de politie;
- Het vragen van geld voor diensten en/of goederen die via de Ruilwinkel worden aangeboden;
- Het verhandelen en/of doorverkopen van in de Ruilwinkel verkregen goederen buiten de Ruilwinkel om, bijvoorbeeld via internet of op een rommelmarkt;
- Diefstal van goederen uit de Ruilwinkel en/of vergeten af te rekenen; bij twijfel wordt er aangifte gedaan bij de politie.

- Elke nieuwe deelnemer krijgt bij inschrijving een welkomstpremie van 5 CrOssjes en een koffie-strippenkaart, goed voor 5 x koffie of thee. Een nieuwe strippenkaart kost 2 CrOssjes.
- Afmelden als deelnemer dient één maand van tevoren schriftelijk óf persoonlijk in de Ruilwinkel te gebeuren, de sleutelhanger dient dan te worden ingeleverd. Elke deelnemer zegt toe na afmelding/opzegging de Ruilwinkel Oss niet te verlaten met een positief CrOssjes-saldo. Indien er toch sprake is van een saldo, dan zal betreffende deelnemer ervoor zorgen dat het saldo op nul komt door het afnemen van goederen of diensten. Mocht dat niet lukken dan is het mogelijk om het resterende saldo CrOssjes te laten overschrijven naar een andere deelnemer of te doneren aan de Ruilwinkel zelf.  
Indien de deelnemer bij opzegging van de deelname zelf niet tijdig heeft aangegeven op welke wijze het resterende saldo moet worden verrekend, vervalt het saldo per einddatum automatisch aan de Ruilwinkel.

#### Inleveren goederen

Als deelnemer van de Ruilwinkel kunt u tijdens de openingstijden goederen inleveren.

- De Ruilwinkel heeft het recht om bepaalde goederen te weigeren omdat:
  - Er al te veel aanbod van is,
  - het niet het juiste seizoen betreft,
  - uit ervaring blijkt dat er geen vraag naar is,
  - het te oud, niet schoon of kapot is.

Tijdschriften worden niet voor CrOssjes ingenomen, wel voor op de koffietafel.

- **Grote goederen als meubels, witgoed, TV's, e.d. kunnen, al dan niet met foto, op het prikbord worden aangeboden;** hierbij dient uw deelnemersnummer en het gevraagde aantal CrOssjes vermeld te worden.
- Goederen die u niet of slechts onder voorwaarden voor CrOssjes kunt inleveren:

- Geen textiel, dus geen kleding, beddengoed, huishoudelijk textiel, enz.;
- Alles wat niet schoon, niet compleet of kapot is;
- **Alleen originele Cd's, DVD's, Geen** Videobanden en cassettebandjes;
- Glazen en kopjes alleen in setjes van 4 of meer stuks.
- Bijzonder glaswerk wordt door de Ruilwinkel beoordeeld op inname.
- Goederen van diefstal afkomstig. In dit geval wordt de politie gewaarschuwd.

De goederen blijven 3 maanden in de Ruilwinkel aangeboden, daarna worden ze uit de winkel verwijderd.

### **Administratie**

- We registreren het aantal CrOssjes dat een deelnemer heeft verdiend of uitgegeven in onze administratie.
- Rood staan is niet mogelijk. Bij een ontoereikend CrOssjes-saldo kunt u dus geen goederen meenemen en geen gebruik maken van diensten.
- Van de ingebrachte goederen met een waarde tot en met 10 CrOssjes bepaalt de Ruilwinkel de waarde. Van goederen met een waarde meer dan 10 CrOssjes wordt dit overleg met de inbrenger gedaan.
- Voor goederen met een waarde tot en met 10 CrOssjes geldt dat deze direct door de Ruilwinkel worden verrekend: deze waarde krijgt u direct bijgeschreven op uw saldo, de goederen worden daarmee eigendom van de Ruilwinkel.  
Goederen die meer dan 10 CrOssjes waard zijn en elektrische apparaten worden in de Ruilwinkel geplaatst o.v.v. uw deelnemersnummer en het aantal gevraagde CrOssjes. Deze CrOssjes worden op uw saldo bijgeschreven als iemand dit artikel meeneemt.
- Als ingebrachte goederen met een waarde van meer dan 10 CrOssjes 3 maanden na inbreng niet zijn geruild, en niet zijn teruggehaald door de inbrenger, worden deze door de Ruilwinkel verwijderd, aan een goed doel geschonken of elders aangeboden ter financiële ondersteuning van de Ruilwinkel. In dat geval worden géén CrOssjes bijgeschreven op uw saldo.  
Als u deze goederen terug wilt hebben, dient u zelf de termijn in de gaten te houden en de goederen tijdig terug te halen.
- Voor diensten adviseren we een uurtarief van 15 CrOssjes.
- CrOssjes zijn uitsluitend geldig in Ruilwinkel Oss. Ze zijn niet inwisselbaar voor geld.

### **Dienstenruil**

Ruilwinkel Oss bemiddelt bij dienstenruil. Middels een prikbord worden aangeboden en gevraagde diensten bekend gemaakt, o.v.v. deelnemersnummer en gevraagde CrOssjes.

- Alleen medewerkers van de Ruilwinkel brengen deelnemers met elkaar in contact.
- Aanbieder en afnemer van een dienst maken samen met een medewerker van de Ruilwinkel afspraken. Aanbieder en afnemer zijn samen verantwoordelijk voor het nakomen van de gemaakte afspraken.
- De Ruilwinkel is niet verantwoordelijk voor de gemaakte afspraken en kan nooit aansprakelijk gesteld worden.
- Als de dienst is verleend, ondertekenen beide deelnemers een ruilbewijs, met daarop het aantal CrOssjes dat verrekend moet worden. Dit wordt dan in de administratie verwerkt.
- Diensten die buiten de Ruilwinkel om worden geregeld zijn op eigen verantwoording, er worden dan geen CrOssjes verrekend.  
Als een deelnemer zich niet houdt aan de afspraken, of zich anderszins niet correct gedraagt, zal de Ruilwinkel voor deze deelnemer niet langer bemiddelen.
- Als u iets leent / huurt (bijv. elektrisch gereedschap) via de Ruilwinkel, maak dan duidelijke afspraken over hoe lang u het mag gebruiken, hoe het artikel gehaald en gebracht wordt. Normale slijtage is bij de prijs inbegrepen; wie iets kapot maakt, is wel daarvoor aansprakelijk.

### Overige voorwaarden

- Alleen (aspirant)deelnemers hebben toegang tot de Ruilwinkel. Personen onder de 18 alleen in het bijzijn van een volwassene persoon.
- De Ruilwinkel beheert de door u ingebrachte goederen zo goed en zorgvuldig mogelijk. Immers, producten van meer dan 10 punten en elektrische apparaten blijven uw eigendom tot ze zijn verruild, met een maximale duur van 3 maanden. Daarna worden ze uit de Ruilwinkel verwijderd door schenking aan een goed doel of verkoop ten behoeve van de financiële ondersteuning van de Ruilwinkel, voor zover ze niet zijn teruggehaald door de inbrenger, zie ook [Administratie](#). Echter, als er toch onverhoopt iets misgaat (een vaasje kapot gevallen, iets kwijt geraakt) kan de Ruilwinkel hiervoor niet aansprakelijk worden gesteld.
- Door deelnemers verstrekte gegevens en algemene informatie over ruilactiviteiten worden niet aan derden verstrekt. De registratie wordt slechts gebruikt voor activiteiten die, gelet op de doelstelling van Ruilwinkel, gebruikelijk zijn om de deelnemers in staat te stellen tot het ruilen van goederen en diensten;  
Informatie ten behoeve van sponsoren / subsidieverstrekkers bestaat uit niet naar personen te herleiden cijfers.